

рекнул? Но нет, в монастырской летописи за 1700 год читаем: «Афанасий, архиепископ Холмогорский, к игумену Исааку посылает деньги на устройство монастыря мужеского и в женском Введенской церкви, в первом он, Афанасий, духовно родился» [1: 3]. Можно ли найти более высокую личную оценку Далматову монастырю? Тогда же Афанасий выслал сюда свое первое сочинение, написанное в 1666 году, – помните? – сопроводив его следующей надписью: «Лета Господня 1700 июня 19 дня, принес в дар Господеву: сию священную книгу Псалтирь толковую, вторую часть, пять кафисм, от кафисмы шестыя до кафисмы первыя надесять – преосвященный Афанасий, милостию Божиею архиепископ Холмогорский и Важеский, в свое обещание во Успенскую Далматову обитель, иже в Сибирской стране, на Исети реке» [3: 344].

В 1707 году Петр, рекомендуя к избранию на северную кафедру кого-либо из иереев, советовал: «которые б были искусные и ученые и политичные люди, понеже та холмогорская епархия у знатнаго морского порту, где бывает множество разных народов иноземцев, с которыми дабы мог тамошний архиерей обходиться политично, к чести и славе Российского государства, якоже и прежде бывший Афанасий архиепископ со изрядным порядком тамо поступал» [4: 496].

Примечания

1. [Фонд Далматовского Успенского монастыря с 1651 по 1700 гг.]. Государственный архив в Шадринске. Ф. 224. Оп. 1. Д. 2432.
2. Край по имени Далмата, в 2 т. Т. 1. Курган, 2001.
3. *Пашков А. А.* Свято-Успенский Далматовский мужской монастырь. Шадринск, 2000.
4. *Рункевич С. Г.* Епархиальные архиереи петровской эпохи в их переписке с Петром Великим. Афанасий (Любимов), архиепископ Холмогорский и Важеский // Странник: Духовный журнал. 1904. Т. 2. Ч. 2.
5. *Соловьев С. М.* История России с древнейших времен // Соловьев С. М. Сочинения. Книга VII. М., 1991.

Б. А. Куган, Л. Ю. Любушкина (Курган)

Создание развивающей социально-образовательной среды как ресурс повышения привлекательности территории

Существующие сегодня практики создания брендов малых территорий чаще всего приобретают вид нескоординированных точечных усилий и поэтому имеют низкую эффективность. В ситуации развития, к примеру, российского туризма, этот подход приобретает формы поиска «персонажа», который бы

представлял территорию. Создание такого личностного или мифологизированного бренда не всегда возможно в мелких провинциальных городах, а тем более в селах, а значит, такой бренд будет иметь характер искусственно созданного. Наиболее приемлемой для таких муниципальных образований будет разработка регионального имиджа, основанного на общей для всех жителей ценности. В современной практике создания и продвижения брендов малых городов и сел ценностный подход наиболее значим, поскольку их внутренняя целевая аудитория особо чувствительна к колебаниям внутреннего микроклимата [1: 21–25].

Говоря о ценностях, важных для жителей любого поселения, несомненно, следует отметить такие, как семейное благополучие, профессиональный рост и интересный досуг. Именно в связи с этими ценностями высвечивается проблемное поле многих муниципальных образований Курганской области. Решение вопросов, важных для большинства жителей территории, должно способствовать восприятию своего города или села как места, комфортного для существования. А это очень важный момент в геобрендинге, так как целью продвижения территории является создание ее привлекательности не только для внешней аудитории, но и для внутренней, которая представляет собой совокупность разнородных социальных групп. Увидеть проблемы, общие для большинства представителей этих групп, найти возможность их взаимодействия в решении проблем – значит создать предпосылки для социальной активности населения, без которой невозможно продвижение территории.

Для решения проблем, среди которых эффективное управление профессиональным самоопределением детей и молодежи, организация познавательного детского и взрослого досуга населения, организация психолого-педагогического сопровождения родителей, Региональным отделением Общероссийской общественной организации «Всероссийское педагогическое собрание» разработан проект «Мы вместе».

В рамках проекта реализуются три подпроекта: «Управление без принуждения», «Твой выбор – старт в будущее», «Образовательный туризм», каждый из которых может стать самостоятельным ресурсом геобрендинга.

Особым потенциалом для идеи создания бренда территории обладает, несомненно, подпроект «Образовательный туризм». Ключевой идеей проекта является сама форма его реализации в виде туристических маршрутов познавательного содержания различной направленности.

Сегодня концепция образовательного туризма в России базируется на ценностях открытого образования:

- культурной грамотности;
- образовательной мобильности;
- индивидуальной истории.

При проектировании туристско-образовательной деятельности на определенной территории следует выявить и оценить ее туристско-образовательный потенциал. Это позволит определить оптимальные пути использования имеющихся ресурсов с учетом запросов различных групп туристов, совершающих путешествие с образовательными целями. Рациональное освоение туристско-образовательного ресурсного потенциала базируется на обязательном учете взаимосвязей природных, историко-культурных и социально-экономических условий. Принцип комплексности определяет эффективность использования территориальных сочетаний ресурсов. С его действием связано формирование полифункциональных районов образовательного туризма [2].

Исходя из анализа условий для развития образовательного туризма в Зауралье, можно говорить о возможности осуществления следующих его направлений:

- профориентационного;
- естественнонаучного и его разновидностей: природно-географического, экологического;
- историко-культурного и его разновидностей: военно-патриотического, религиозно-познавательного; этнологического, литературно-краеведческого;
- спортивно-оздоровительного;
- событийного.

В области есть позитивная практика краеведческой работы и в учреждениях образования, и в учреждениях культуры. Таким образом, основным направлением работы в данное время должно стать перерастание разрозненных практик в инструмент создания развивающей среды путем консолидации всех усилий и применения эффективных технологий. Необходимая модель действий предложена в проекте «Мы вместе»: в качестве организационной формы внедрения социальных и образовательных технологий в практику работы муниципальных образований на основе объединения их общественного и профессионального ресурса разработан социальный технопарк. Универсальность и эффективность технопарка заключается в том, что для решения любой социальной и образовательной проблемы предлагается использовать единый алгоритм, который включает в себя следующие этапы:

- выявление ключевых проблем;
- формирование сети участников для решения обозначенных проблем;
- поиск элементов позитивных практик решения проблем внутри сети и вне её;
- создание и обучение межведомственных команд на основе организации обмена инновационными идеями и опытом их внедрения в социальную практику;
- пошаговое разрешение проблемы с изучением глубины и полноты сетевого взаимодействия;

– создание стажировочных площадок для дальнейшего внедрения технологий в массовую практику.

В нашей стране непросто найти клиентов для образовательного туризма. И дело здесь не столько в «бедности» населения, сколько в том, что вкладывать личные средства в учебные путешествия «не модно». Сделать такие маршруты «модными» – вопрос не только мотивации, которую должны сформировать, в том числе и образовательные учреждения, но и вопрос поддержки такой деятельности всеми представителями социальной сферы.

Само название проекта «Мы вместе» говорит о том, что проект является межведомственным, так как предполагает участие в нем различных учреждений и организаций социальной сферы, межмуниципальным, так как объединяет учреждения семи муниципальных образований в Западный образовательный округ, а также межобщественным, так как осуществляется при сотрудничестве разных общественных организаций: Курганской областной организации профсоюза работников народного образования и науки РФ, Совета старейшин Главного управления образования, Общественного совета «Молодежное правительство Курганской области», Областного родительского совета.

Для решения проблем, обозначенных в проекте «Мы вместе», в районах Западного округа создан координационный совет, который определил сеть участников каждого подпроекта. Учреждения социальной сферы, участвующие в реализации проекта, в каждом из районов определялись на основе анализа имеющегося у их опыта.

Опыт социального технопарка в Западном округе в дальнейшем будет перенесен на другие муниципальные образования Курганской области, что позволит добиться таких социальных эффектов реализации проекта, как распространение на всей территории области современной модели профориентационной работы со школьниками, повышение доступности и качества познавательных досуговых программ для населения, улучшение состояния просветительской работы с родителями, расширение массовости участия населения в решении задач социума. Все вместе эти эффекты должны работать на региональный имидж, под которым понимается «целостное символическое представление о регионе, сложившееся в сознании представителей целевой аудитории на основе личного опыта либо в результате ряда информационных воздействий» [3: 66].

Таким образом, одной из составляющих бренда Курганской области вполне может стать построенная на ценностном подходе идея: «Зауралье – территория развивающей социально-образовательной среды».

Примечания

1. Быстрова Т. Ю. Ценностный подход как методологическая основа культурного брендинга территории // Малые и средние города России как проблемное поле геобрендинга: материалы Всерос. очно-заоч. науч.-практ. конф. (25–26 марта 2011 г.). Екатеринбург, 2011.
2. Погодина В. Л. Образовательный туризм и его роль в формировании профессиональной компетентности учителей географии: Автореф. дис. ... док. пед. наук: 26.10.2009. СПб., 2009.
3. Сушненко И. А. Основные инструменты формирования регионального имиджа (на примере Омской области) // Малые и средние города России как проблемное поле геобрендинга: материалы Всерос. очно-заоч. науч.-практ. конф. (25–26 марта 2011 г.). Екатеринбург, 2011.

А. М. Курбанова (Махачкала)

Лечебно-оздоровительные ресурсы Дагестана как факторы формирования имиджа территории

В последнее десятилетие убыстряющийся темп жизни, стрессовые ситуации, огромный поток информации, неблагоприятная экологическая обстановка в большинстве стран заставляет людей обращаться к лечебно-оздоровительному туризму.

Главными особенностями лечебно-оздоровительного туризма являются:

- длительность пребывания (длительность должна составлять не менее трех недель);
- высокая стоимость пребывания и лечения (обычно лечение на курортах стоит дорого, поэтому данный вид туризма рассчитан на состоятельных клиентов);
- возраст (как показывает статистика, на курорты чаще всего едут люди старшей возрастной группы) [3: 140].

В последние годы на рынке лечебно-оздоровительного туризма произошли значительные изменения. Эти изменения затронули и санаторные курорты, которые начинают превращаться в полифункциональные оздоровительные центры, рассчитанные на широкий круг потребителей.

Современная трансформация курортных центров обусловлена двумя обстоятельствами:

- 1) изменение характера спроса на лечебно-оздоровительные услуги: в моду входит здоровый образ жизни, в мире растет число людей, которые хотят поддерживать хорошую физическую форму и нуждаются в восстановительных